DOCUMENT RESUME

ED 200 692 UD 021 351

AUTHOR	Garcia Ramis, Magali, Ed.; And Others
TITLE	Auxilio, Socorro! Salvame! Los Estereotipos de la Mujer en la Television. Octavo Modulo de una Serie para Maestros de Escuela Elemental. Para Usar con la Grabacion (Help! Help! Save me! Sexual Stereotyping of Women. Eighth Module of a Series for Elementary School Teachers. Audiotape Transcriptions).
INSTITUTION	Comision para el Mejoramiento de los Derechos de la Mujer, Santurce, Puerto Rico.
SPONS AGENCY	Women's Educational Equity Act Program (ED), Washington, D.C.
PUB DATE	80
NOTE	39p.; For related documents see UD 021 344-345, UD 021 347, and UD 021 349.
LANGUAGE	Spanish; English
EDRS PRICE	MF01/PC02 Plus Postage.
DESCRIPTORS	*Females; Learning Modules; *Sex Role; *Sex Stereotypes; Socialization; *Television; Television Commercials

ABSTRACT

This guide in English and Spanish provides information for teachers concerning the roles assigned to women in television, and the stereotypes on which these roles are based. The guide contains a pre-test and a post-test to measure the user's awareness of sexual stereotyping. Four object lessons examine: (1) the traditional role of women on television; (2) the stereotype of the "defenseless woman"; (3) the stereotype of the "consumer woman"; and (4) the stereotype of the "vain and foolish woman." (APM)

****
* Reproductions supplied by EDRS are the best that can be made *
* from the original document. *
****

MODULO 8
Santurce, Puerto Rico

ED200692

¡AUXILIO, SOCORRO!...
¡SALVAME!

LOS ESTEREOTIPOS DE LA MUJER EN LA TELEVISION

LA COMISION PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

U S DEPARTMENT OF HEALTH, EDUCATION & WELFARE
NATIONAL INSTITUTE OF EDUCATION

THIS DOCUMENT HAS BEEN REPRODUCED EXACTLY AS RECEIVED FROM THE PERSON OR ORGANIZATION ORIGINATING IT. POINTS OF VIEW OR OPINIONS STATED DO NOT NECESSARILY REPRESENT OFFICIAL NATIONAL INSTITUTE OF EDUCATION POSITION OR POLICY

Women's Educational Equity Act Program
U.S. Education Department

LW021351

MAR 3 1 1981

¡AUXILIO, SOCORRO!...
¡SALVAME!

Los estereotipos de la mujer en la televisión

OCTAVO MODULO DE UNA SERIE PARA MAESTROS DE ESCUELA ELEMENTAL

Para usar junto con la grabación.

LA COMISION PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS DERECHOS DE LA MUJER

Women's Educational Equity Act Program
U.S. EDUCATION DEPARTMENT

Shirley M. Hufstedler, Secretary

Steven A. Minter, Under Secretary
F. James Rutherford, Assistant Secretary for
Educational Research and Improvement

Editora y Redactora/Magali García Ramis • Investigadoras del Material y Coordinatoras del Proyecto/Nora Marrero, Carmen Eneida Molina, Lydia Pelegrín Martín, Catherine Torres, Sonia Vergne • Personal Secretarial/ Awilda Santiago • Consultoras/María M. López Garriga, Rosa Santiago de Marazzi, Eneida Sierra de De Jesús • Diseño e Ilustración/Taller Creativo, Inc., Juan Luis Martínez • Directora del Proyecto/Isabel Picó de Hernández.

Discrimination Prohibited: No person in the United States shall, on the grounds of race, color, or national origin, be excluded from participation in, be denied the benefits of, or be subjected to discrimination under any program or activity receiving Federal financial assistance, or be so treated on the basis of sex under most education programs or activities receiving Federal assistance.

Produced by la Comisión para el Mejoramiento de los Derechos de la Mujer under a grant from the U.S. Education Department, under the auspices of the Women's Educational Equity Act. Opinions expressed herein do not necessarily reflect the position or policy of the Department, and no official endorsement should be inferred.

Printed and distributed by Education Development Center, 1980, 55 Chapel Street, Newton, Massachusetts 02160.

INDICE

INTRODUCCION 1
PRE-PRUEBA 2
RESPUESTAS 3
OBJETIVO 1 4
OBJETIVO 2 6
OBJETIVO 3 7
OBJETIVO 4 9
OBJETIVO 5 11
POST-PRUEBA 13
RESPUESTAS 14
APENDICE 17
TRADUCCIÓN EN INGLÉS

INTRODUCCION

La televisión es un medio de comunicación masiva, es decir, un medio que llega a ser escuchado y visto por grandes masas de gente. Hablamos de la televisión como si fuera una fuerza de la naturaleza o una gran computadora que genera por sí sola programas, anuincios y noticieros. En realidad, la televisión no es otra cosa que un instrumento mediante el cual varios grupos de personas envían mensajes a millones de receptores. El contenido y la forma de esos mensajes depende directamente de las creencias y actitudes de las personas que dominan la televisión; y ellos, a su vez, responden a las creencias y actitudes de su sociedad.

Lo que nos interesa en este módulo es ver cuál es la posición, en relación a la mujer, que presentan en la televisión los anunciantes, los escritores de programas, los actores, los dueños de las estaciones, o sea, todos aquéllos que de una forma u otra envían mensajes por televisión. Esto es de gran importancia, porque la influencia de la televisión en el mundo moderno es cada vez mayor, y tiene que ver directamente con el desarrollo, le educación, las creencias, los valores, las actitudes y las aspiraciones de todas las sociedades expuestas a los medios.

La televisión es, pues, un instrumento socializador – lo que presenta y cómo lo presenta les dará forma a muchos valores y actitudes en nuestra sociedad. Puede ayudar a crear un mito o a destruirlo, igualmente puede sustentar un prejuicio o ayudar a erradicarlo. Por eso nos preocupo el impacto y la influencia que tiene la televisión al perpetuar consciente o inconscientemente unos estereotipos sexuales: la mujer dependiente, el hombre audaz; la mujer como subalterna-secretaria o enfermera, el hombre como líder-jefe o doctor.

Así pues, la mujer, los roles que se le asignan y los estereotipos sexuales más comunes que se establecen entre hombre y mujer a través de la televisión, constituyen los temas a estudiar en este módulo. A través del mismo comenzarás a percatarte de los roles que se les asignan a las mujeres así como de los estereotipos que la representan, e irás descubriendo cómo utilizar esas situaciones dadas para establecer nuevas situaciones en el salón de clases.

Ahora, vamos a hacer un ejercicio a través del cual empezarás a familiarizarte con el problema de los estereotipos y los roles en la televisión.

PRE-PRUEBA

PREGUNTA 1:

En los programas y telenovelas de la televisión, los roles más frecuentemente asignados a la mujer son: (Identifica con una marca de cotejo (✓) los roles en el encasillado correspondiente.)

a) ama de casa	☐	g) abogada	☐
b) doctora	☐	h) secretaria	☐
c) enfermera	☐	i) profesora	☐
d) empleada doméstica	☐	j) ejecutiva	☐
e) científica	☐	k) sirvienta	☐
f) oficinista	☐		

PREGUNTA 2:

En un episodio de Pedro Picapiedras, éste llega un día del trabajo y encuentra que Vilma, su esposa, ha salido para una "Venta Mastodonte" de muebles y artículos del hogar. Pedro le comenta a su vecino Pablo Mármol: "Pero enano, si en esta casa no cabe una cosa más; ¿qué tiene que ir a comprar Vilma?" Pablo contesta: "Así son las mujeres, Pedro, compran y compran sin cesar. Betty se fue con ella, yo creo que hoy no cenaremos." De esta escena se desprende que Vilma, la principal protagonista femenina de este muñequito, es: (Marca todas las que la describan según la situación dada.)

1) lista	☐	5) irresponsable	☐
2) vana	☐	6) ahorrativa	☐
3) consumidora	☐	7) derrochadora	☐
4) responsable	☐	8) inteligente	☐

RESPUESTAS

Anota dos puntos por cada respuesta correcta.

PREGUNTA 1

a. ama de casa
c. enfermera
d. empleada doméstica
f. oficinista
h. secretaria
i. profesora
k. sirviente

PREGUNTA 2

2. vana
3. consumidora
5. irresponsable
7. derrochadora

Si obtuviste una puntación perfecta, de viente puntos, estás muy consciente de los roles y estereotipos de la mujer en la televisión. Si obtuviste más de la mitad, te percatas de algunas actitudes sexistas, pero se te escapan otras. Si obtuviste menos de la mitad, es posible que no estés tan expuesta a la televisión, y por lo tanto no te hayas fijado en estas situaciones.

Objetivo 1: Dada una lista de posibles roles, identificaré roles asignados tradicionalmente a la mujer en la televisión.

Ahora comenzaremos propiamente el estudio de este módulo sobre la televisión y los estereotipos sexuales. Nuestro primer objetivo será identificar los roles asignados tradicionalmente a la mujer en la televisión dada una lista de posibles roles. A través de los módulos anteriores hemos visto cómo en la sociedad se le han asignado unos roles específicos a la mujer, y cómo muchos materiales educativos, libros, juguetes y otros insturmentos de educación y diversión mantienen una muy singular separación entre los roles considerados femeninos y los considerados masculinos. Ahora veremos cómo, a través de la televisión, esa división continuará y, más aún, como en gran número de casos la televisión mitifica o crea mitos alrededor de esa separación de los roles tradicionales de la mujer y del hombre.

"Para mamá en su día, todo lo que la hará feliz: una lavadora, una secadora, una máquina de coser, un estuche de belleza, un juego de sala, una nevera y la oportunidad de ganarse la rifa del año; una cirujía plástica gratis en la parte del cuerpo que ella escoja en un reputado hospital de San Antonio, Texas, al llenar el cupón que le será entregado al comprar cualquiera de los productos en especial para el Día de las Madres..."

A pesar de que existe una mujer policía, una mujer biónica y mujeres comentaristas de noticias, los personajes femeninos en program de televisión siguen siendo objetivados por su condición de mujer. Por eso la relación constante con el rol de ama de casa, con la preocupación por la belleza física. Por eso la total ausencia de mujeres en roles de autoridad. En un estudio de doscientos catorce anuncios que se pasan por la televisión norteamericana, el noventa y seis por ciento de las veces que se utiliza una voz de autoridad para recomendar un producto, se utiliza una voz de varón: la mujer puede anunciar el producto.

"Doñita, hágame caso, para casos duros de limpieza, ¡Falas con acción!"
"¡Sí señora, Falax con acción es el quitamanchaaaas!"

El varón es el que da seguridad de que el producto vale. ¿Qué nos indica esto? Que hay una gran reticencia por parte de la televisión de mostrar a la mujer con poder suficiente como para convencer. La mujer se supone que es inconstante y manejable por el solo hecho de ser mujer. El rol de ella, pues, tiene que ser secundario en relación al del hombre. Aun la mujer policía es subalterna – no existe una capitana de policía ni gobernadora de un estado, ni una dueña de una fábrica. Estos roles son los que los niños y adultos vemos a diario en la televisión y la imagen que transmiten y el mito que sustentan es el de que hay unos roles ya establecidos de los cuales la mujer no puede salirse por el solo hecho de ser mujer. Esto no se cuestiona, sólo se acepta. Los hombres llevan los roles activos de liderazgo y respon-

sabilidad, y las mujeres los pasivos, secondarios, de obediencia. ¿Podrías reconocer ahora los roles tradicionales que se asignan a la mujer en la televisión?

Prueba Núm. 1

¿Cuáles de los siguientes roles se asignan tradicionalmente a los hombres y cuále a las mujeres? Escribe **"H"** o **"M"** al lado del rol.

_____ Jefe de detectives
_____ Alcalde
_____ Oficinista
_____ Anunciante de cosméticos
_____ Director de noticiero
_____ Ama de casa
_____ Dueño de tienda
_____ Maestro o maestra
_____ Directora de escuela
_____ Encargada de niños de edad pre-escolar

Los roles tradicionales que se le asignan a la mujer en la lista que te dimos son: oficinista, anunciante de cosméticos, ama de casa, maestra, directora de escuela y encargada de niños de edad pre-escolar. Los otros roles comúnmente se les dan a hombres. A través de esta pequeña prueba intentamos medir cómo te vas percatando de los roles tradicionales que se les asignan a las mujeres en comparación a los hombres en la televisión.

Hemos visto cómo la televisión les asigna roles a las mujeres, ahora vamos a analizar los estereotipos que aparecen con mayor frecuencia en la televisión. A la mujer se la ve tradicionalmente en el rol de madre o ama de casa o secretaria o algún rol subalterno, pero dentro de ese rol ¿cómo se comporta? Hay unos estereotipos muy generalizados en todos los medios de comunicación, y sobre todo en la televisión, que dan la caracterización del rol de la mujer. Se podría hacer una lista numerosa, pero hay tres estereotipos que de alguna manera abarcan a todos los demás. Estos son: la mujer indefensa o dependiente, la mujer vana o tonta, y la mujer consumidora conspicua. Ahora intentaremos estudiar estos tres estereotipos.

Objetivo 2: Dadas unas explicaciones y unos ejemplos, describiré el estereotipo de la mujer indefensa en la televisión.

"Con ustedes la estrella femenina más famosa de todos los timepos: ¡La Mujer Indefensa!"
"Auxilio, Popey, sálvame."
"¡Ugh! Olivita, tú ser lista y quedarte aquí, no ser como Jane. Yo ir a salvarla ahora de los bucutus."
"¡Rápido, Steve! Hay que sacar a la chica del barco antes que regrese el capitán Whaler. Ayúdame, está desmayada."

Auxilio, socorro, sálvame, son las expresiones comunes de muchas protagonistas femeninas en una gran variedad de novelas, programas y películas de televisión. ¿Qué es realmente una mujer indefensa? Es la mujer incapaz, dependiente, temerosa. Es la bella que el monstruo se llevó al pantano, es la joven que finge ahogarse para conocer al guapo salvavidas y conseguir novio, es la muchacha que le da a Cannon – por el precio de un piropo – la misma información por la que hombre le cobraría al detective viente dólares.

La mujer indefensa. ¿Pero ante qué? Ante la vida y ante los hombres. Es la mujer que no puede valerse por sí misma en ninguna situación y necesita un hombre que la salve de la mala situación económica o de los indios en pie de guerra.

La consecuencia directa de la perpetuación de este estereotipo es que no se le permite a la mujer sentirse capaz de valerse por sí misma. Las nenas **tienen** que correr si ven un ratón – como si no fuesen las mujeres las que limpian la casa y acaban con todas las alimañas. Las muchachas **tienen** que dejarse vencer en los deportes por los varones para no frustralos – como si fuera una ley de la naturaleza que el varón es más diestro en el deporte. Las mujeres en las telenovelas **tienen** que llorar y rogar a Dios por un buen marido como si no hubiese cientos de miles de mujeres que se mantienen a sí mismas y a sus familias económicamente. La mujer indefensa ante el peligro y ante la sociedad, es decir, la mujer incapaz, dependiente y temerosa es una falso representación de la mujer y es a su vez quizás la más difundida en los programas de televisión.

¿Estás ahora más consciente de este estereotipo tal como es presentado en la televisión? Haz la prueba número dos.

Prueba Núm. 2

¿Cómo describirías a la mujer indefensa tal como es presentada en la televisión?

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

El estereotipo de una mujer indefensa (tal como la presentan los medios): Es el de una mujer incapaz, dependiente, temerosa, siempre buscando ayuda para solucionar el más mínimo problema, siempre incapaz de valerse por sí misma.

Objetivo 3: Dadas unas explicaciones de programas y anuncios, describiré qué caracteriza a la mujer consumidora según el estereotipo que presenta la televisión.

"¡Oh, oh, oh! Antes de comprarse una blusa cara para quitarle el aliento a su novio, compre Barri-no. Barri-no es una crema especial que le quita esos feos barroy y espinillas..."
"Y ahora regresamos a su telenovela 'Amanda la Insaciable'...Lo tenía todo en la vida: un esposo rico y apuesto, una casa preciosa, unos hijos divinos, pero ella quería más, siempre más, siempre insaciable, Amanda quería...¡el hermano de su marido!"

La mujer consumidora, como estereotipo, no sólo es la que aparece en muchos programas y películas de televisión; es además la mujer a la cual van dirigidos gran cantidad de anuncios. La mujer consumidora es la que compra por comprar, por acumular, por vicio. Y gran cantidad de anuncios van dirigidos a este tipo de mujer porque se presupone que todas las mujeres, por naturaleza, son consumidoras desenfrenadas. Lo que no se señala nunca es que si bien es cierto que las mujeres hacen gran cantidad de compras, ello se debe a que sobre ellas ha racaído, tradicionalmente, el trabajo de conseguir y comprar alimentos, ropa, enseres, artículos de primera necesidad, medicinas y artículos de diversión para toda la familia. La mujer compra la ropa de los hijos, la rasuradora del marido y el champú del perro. La mujer, pues, es innegablemente la que consume mayor número de objetos y hacia ella se dirigen gran cantidad de anuncios.

Pero es una cosa el rol de consumidora dentro de los límites de la necesidad o de la diversión familiar, y otra muy distinta es el estereotipo de la mujer que todo lo consume, que es insaciable en su necesidad de consumir cosas, que está dispuesta a abandonar su trabajo y su familia por irse a una venta especial. Este es el estereotipo de muchas mujeres en telenovelas, en los muñequitos televisados y en las películas que pasa la televisión. ¿Pero es que realmente sólo la mujer consume y sóso la mujer va a los especiales? Hoy día gran cantidad de hombres que tienen pasatiempos favoritos como la fotografía o la música no pasan por alto un especial de artículos relacionados con sus pasatiempos – sin embargo, esto nunca aparece en la televisión. La costumbre es que la mujer es la que se deja seducir por una venta especial, y el niño aprende y el adulto se convence de que la mujer es por naturaleza consumidora. Y no sólo le gusta consumir bienes, sino que el hacerlo le provee de una satisfacción sin límites. Este es un peligros estereotipo, porque de una manera muy sutil, influencia a muchas mujeres a identificarse con él. El mensaje parece ser: "Si está aburrida en la casa, si el rol de fregona y niñera le revienta los nervios, salga y compre algo." Y es muy posible que una mujer harta de estar todo el día en la casa, al salir a las tiendas se distraiga, pero es terrible que se quiera hacer ver que con comprar y consumir se siente mejor.

¿Es que verdaderamente una mujer abatida por un serio problema se siente mejor si se compra unos zapatos? Este es el estereotipo que está implícito a veces, explícito otras veces, en muchas situaciones que presenta la televisión. Y es tan frecuente que muchas veces ni lo notamos, nada más que nos reímos de que la actriz haya ido a una venta especial y haya dejado quemar la comida de su marido. Los programas, las películas y muchos anuncios ayudan a reforzar diariamente ente estereotipo.

¿Puedes tú definir ahora el estereotipo de la mujer consumidora que muestra a diario la televisión?

Prueba Núm. 3

Describe qué caracteriza a la mujer consumidor según el estereotipo que presenta la televisión.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Si describiste a la mujer consumidora como la que compra y compra sin cesar o como la que compra por vicio, por acumular, o como la que se llena la vida con bienes materiales, entendiste cuál es el estereotipo.

Objetivo 4: Describiré a la mujer vana y tonta, según el estereotipo que aparece en televisión.

"Las niñas están hechas de todo lo bello, las niñas son estrellas con sus destellos y para esa niña que hay en ti todavía, champú Baby Sue todos los días...cabello lustroso, suave...como el de una niña."

La mujer que quiere ser niña, que a los cuarenta años es solo "una chica traviesa," la mujer cuya vanidad le hace gastar desmesuradamente en maquillajes y perfumes, la que se dirige al público televidente parpadeando y fingiendo un acento extranjero que adquirió en la sala de su casa; es el estereotipo de la mujer vana y tonta. Vana porque es superficial, artificial. No es que no existan mujeres así, es que en los medios de comunicación se le da una importancia exagerada a ese tipo de mujer y se hace sentir inferior y anormal a todas las televidentes que no apetezcan cabello lustroso como una niña o uñas largas de felina. Los programas noticieros son muy dados a relatar como noticia a las mujeres banales y tontas.

Tomemos un par de ejemplos. Si Elizabeth Taylor llega al aeropuerto de Nueva York con un séptimo marido y otro diamante más grande que el que tenía antes, saldrán en los noticieros de televisión su llegada y los comentarios que hizo. Si ese mismo día una científica colombiana descubre una nueva vacuna, el mismo noticiero presentará el dato leído por el comentarista de noticias, probablemente sin película y dándole muy poco espacio. ¿Por qué? Porque una mujer científica seria que trabaja y logra algo para la humanidad, a menos que además se parezca a Brigitte Bardot, no llena una imagen de la mujer. Puede ser un fenómeno aislado pero no vende, no hace más interesante – desde el punto de vista fílmico – al noticiero. Claro está que esa decisión y es visión corresponden a una mentlidad machista y muy prejuiciada, pero es que tanto a mujeres como a hombres se les educa desde pequeños a ver a la mujer sobresalir solamente en aspectos que resalten su vanidad. Si se es frívola y tonta, se es mujer. Esa fórmula nos da el estereotipo. A veces, una mujer bonita ya está estereotipada como tonta, y el personaje masculino se sorprende de que siquiera puede pensar.

"Manos arriba, sargento."
"Oh, es usted, señorita Miller, jamás hubiese imaginado que una mujer tan bonita supiera disparar."
"Sé disparar, sargento, y también sé abrir cajas fuertes. Hágase a un lado."
"¡Bonita e inteligente! Peligrosa combinación."

Peligrosa, sí. Porque eso no va con el estereotipo. Hay que ser bontia pero a la misma vez **ser tonta**, artificial, vanidosa, superficial. Es como si una mujer, por el hecho de serlo, y sobre todo una mujer atractiva, no pudiese ser decisiva, competitiva, de firme convicción. Todo el apoyo de los libretistas y de los editores de noticias están, en la televisión, de parte de las mujeres vanas.

¿Puedes señalar tú ahora algunas características del estereotipo de la mujer vana?

Prueba Núm. 4

Decribe algunas características de la mujer vana según se presenta su estereotipo en la televisión.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Tonta, vanidosa, superficial, banal, artificial, trívola, son algunos de los adjetivos que caracterizan a la mujer vana como estereotipo.

Te hemos presentado tres estereotipos de la mujer en la televisión. Ahora, por último, queremos analizar contigo un fenómeno que afecta a la mujer grandemente: la utilización de la mujer como símbolo sexual por parte de los medios de comunicación masiva, específicamente, por parte de la televisión.

Objetivo 5: Dada una serie de anuncios y programas televisión, identificaré las situaciones en las cuales la mujer es utilizada como objeto sexual.

"¡Ave María, qué tronco de carro!"
"¡Está por la maceta!"
"¿Te cabe en el garage?"
"¡Claro que me cabe!"

La constante alusión a la mujer como objeto sexual es el tema que queremos analizar ahora. Esta actitud por parte del anunciante y de guionistas de televisión no sólo les fanta el respeto a las mujeres, sino que las abarata frente a sí mismas y frente a los hombres, y fomenta la agresividad y la falta de respeto hacia la mujer. Cuando una mujer se ve sólo desde su aspecto sexual, se le deshumaniza, se le ve como objeto y no como persona humana con derechos y aspiraciones iguales a los del hombre.

Lo que sorprende no es sólo la frequencia con que aparecen las mujeres como simples objetos sexuales, sino que no haya una visión crítica dentro del mismo medio de esa estereotipación. Un ejemplo muy claro nos lo da un episodio del detective Cannon. Cannon visita la casa de un mafioso para buscar información. El mafioso es rico y tiene una gran mansión con piscina. Alrededor de la piscina hay unas 10 muchachas en bikini soleándose y preparando tragos.

Cannon pregunta: "¿Qué son, el decorado?"

El mafioso dice: "No, el ambiente; tengo una importante reunión de negocios hoy."

Las mujeres en bikini son como los entremeses o la bebida, algo para el consumo de los hombres de negocios. Si bien es cierto que en nuestra sociedad eso se da así, lo que es terrible es que en la televisión se presenta como algo natural y normal ante lo cual nadie comenta ni protesta.

Cannon se supone que represente el orden, el detective privado que no es corrupto, que respalda los valores positivos de la sociedad, pero en este episodio su preocupación es buscar información, ¿qué le importan estas 10 muchachas? Nos debiríamos preguntar: ¿Y si en vez de 10 muchachas jóvenes prostituídas, hubiese alrededor de la piscina 10 chicos en bikini, también esperando para ser el deleite de los hombres de negocios, entraría y saldría Cannon de escena tan tranquilo? ¿O le indignaría ver a jóvenes de su propio sexo prostituyéndose? Esto, claro está, nunca sucede. La utilización de la mujer como símbolo sexual se acepta como algo dado, y continúa porque con ello se venden productos, se alaga al sexo masculino, se reduce a la persona femenina a un objeto sexual para el placer del hombre. Es la presentación más abusiva de la mujer en la televisión, y quizás la menos cuestionada.

Ahora harás una pequeña prueba para que determines cuáles de las siguientes situaciones muestran a la mujer como **objeto sexual.**

Prueba Núm. 5

¿Cuáles de las siguientes situaciones muestran a la mujer como objeto sexual? Marca con una "X" las que identifiques como tales.

_____ a. Un anuncio de trajes de baño de hombre que muestra a una mujer desnuda de espaldas al hombre.

_____ b. Un anuncio de un automóvil que tiene una bella modelo en minifalda sentada sobre la capota.

_____ c. El galán de la película sentado en una sala elegante con una mujer de traje escotado a sus pies, se dirige a un amigo y le dice "Como ves, lo tengo todo en mi vida."

_____ d. Dos vaqueros discuten, se hacen grandes enemigos y unos piensa: "María será mía, mañana mismo la secuestro y luego se la devuelvo a ver si la quiere todavía."

_____ e. Un anuncio de pasta dental que muestra a una modelo semi desnuda, cubierta con una toalla y sonriendo a la cámara al tiempo que dice "Pasta Bubate, porque uno nunca sabe cuando puede estar bien cerca."

La contestación a la pregunta de la prueba número 5 es **todas. Todas** las situaciones presentan a la mujer como objeto sexual.

Ahora harás una **Post-prueba,** para que analices cómo te has ido percantado de los estereotipos y los roles asignados a la mujer en la televisión. Contesta las preguntas de tu **Post-prueba.** Coteja tus contestaciones con la página 14.

POST-PRUEBA

PREGUNTA 1:

Escribe Cierto o Falso al lado de las siguientes aseveraciones sobre los roles del hombre y de la mujer en la televisión:

_____ a. Tradicionalmente la mujer interpreta roles relacionados con el hogar y con ser ama de casa.

_____ b. En muchas situaciones y anuncios de televisión, la mujer interpreta roles de autoridad y de liderazgo como alcalde de pueble o dueña de fábrica.

_____ c. Los hombres casi siempre tienen roles de liderazgo y de autoridad en los programas de televisión si se les compara con los roles asignados a las mujeres.

PREGUNTA 2:

Escribe Cierto o Falso al lado de las siguientes aseveraciones sobre el estereotipo de la mujer indefensa:

_____ a. La mujer indefensa es la mujer incapaz de valerse por sí misma, que siempre está buscando la ayuda de un hombre; que es temerosa y dependiente.

_____ b. La mujer indefensa es la que se enfrenta sola a las situaciones dificiles y trata de vencer por sí misma sus problemas.

PREGUNTA 3:

Marca cuáles de los siguientes aspectos describen a la mujer consumidora:

_____ a. compra por el vicio de comprar

_____ b. no se pierde un especial en una tienda

_____ c. tiene una necesidad emocional de poseer cosas

_____ d. abandona su trabajo o sus quehaceres para comprar

PREGUNTA 4:

¿Cuáles de los siguientes adjetivos describen el estereotipo de la mujer vana? Escoge todos que la describan, marcándolos al lado con una **"X."**

_____ a. banal	_____ e. sencilla
_____ b. tonta	_____ f. artificial
_____ c. inteligente	_____ g. mesurada
_____ d. superficial	_____ h. frívola

PREGUNTA 5:

La siguiente situación, ¿muestra a la mujer como objeto sexual? Contesta Sí o No.

Un anuncio de cerveza en televisión muestra una mujer en un bikini siendo mirada por un grupo de hombres, todos vestidos de chaquetón y corbata que al tiempo que prueban la cerveza abren los ojos mirando a la chica y cantan que "está buena, buena, buena."

Sí ☐ No ☐

RESPUESTAS

Veamos cómo contestaste la **Post-prueba.**

En la pregunta número uno, la aseveración "a" y la "c" son ciertas. La "b" es falsa, pues a la mujer trandicionalmente no se le presenta en roles de autoridad y liderazgo.

En la pregunta número dos, la aseveración "a" es cierta, pues lo que define a la mujer indefensa es su inhabilidad para valerse por sí misma y su búsqueda constante de un hombre que le resuelva sus problemas.

En la pregunta número tres, los cuatro aspectos presentados describen el estereotipo de la mujer consumidora.

En la pregunta número cuatro, los adjetivos de la lista que describen el estereotipo de la mujer vana son: banal, tonta, superficial y frívola.

Y en la pregunta número cinco, el anuncio presentado, sí muestra a la mujer como objeto sexual por la manera en que la visten – o desvisten – y el tipo de anuncio que cantan los hombres.

Como ves, la mujer tiene todavía un largo camino que recorrer para poder ser representada con justicia en los medios de comunicación. Sin embargo, como todos estamos expuestos a ellos, y sobre todo los niños se están formando recibiendo mensajes de ellos, es importante usar esos mismos medios, esas mismas situaciones, para desarrollar un sentido crítico en los niños hacia los medios.

Si un estudiante te dice que anoche vio un programa de detectives en el cual unos niños ayudan a la policía a atrapar a un asesino pero casi todo se echó a perder porque la hermana de uno de ellos se echó a llorar, tú:

1. le preguntarías si él hubiese participado en la aventura para capturar el pillo;
2. le harías cuestionarse si las niñas que él conoce (sus hermanas, amigas o novia) son así de nerviosas y/o cobardes como la de la película.

Si un grupo de niños pequeños quiere hablar de la película King Kong y de cómo el gorila se roba a la muchacha, tú puedes aprovechar la situación y crear una aventura en clase, con los roles cambiados: "Había una vez una gorilota llamada Kinga Konga que se enamoró de un niño..." y dejar que los niños decidan cómo van a salvar a su compañero. El sentido de humor desarrolla el sentido crítico, sobre todo en los niños, y los ayudaría grandemente a luchar contra los estereotipos a que están expuestos diariamente.

ANOTACIONES

APENDICE

Traducción en Inglés

HELP! HELP!...SAVE ME!

Sexual Stereotyping of Women on Television

AUDIOTAPE TRANSCRIPTION

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION 1
PRE-TEST 2
ANSWERS 3
OBJECTIVE 1 4
OBJECTIVE 2 6
OBJECTIVE 3 8
OBJECTIVE 4 10
OBJECTIVE 5 12
POST-TEST 14
ANSWERS 16

INTRODUCTION

Television is a widely used communications media: it is seen by millions of people everywhere. We think of television as a natural force or a big computer that all by itself generates all programs and ads seen. That is not the case. Television is nothing more than an instrument by which certain groups of people send their messages to millions of viewers. The theme and the format of these messages depends on the beliefs and attitudes of the persons controlling the networks. They, in turn, respond to the beliefs and attitudes of society. In this module we will examine the way women are portrayed in ads and programs on TV.

This is of great importance because TV has a direct influence on the development, education, beliefs, values and aspirations of the societies it reaches.

TV can be considered a means of socialization. What it presents and how it does so will help shape many of our society's values and attitudes. It can help to create or destroy myths, it can help to create or erradicate prejudice.

This is why we are so concerned with the impact and influence TV has in perpetuating, either consciously or subconsiously, certain sexual stereotypes, such as the stereotype of the dependent woman and the brave male; the woman as secretary or nurse and the man as a leader or doctor.

Through this module you will understand the roles assigned to women in TV and the stereotypes they are based on. You will discover how to use TV to help you create alternatives for your students.

Now we will do an exercise that will help you to become acquainted with the problems of stereotypes and roles on TV. Turn off the recorder and do the Pre-Test. When you are finished, turn the recorder back on.

PRE-TEST

Question 1:

On TV programs and soap operas, the roles most frequently assigned to women are:

Check the correct answers:

a) housewife	____	f) office clerk	____
b) doctor	____	g) lawyer	____
c) nurse	____	h) secretary	____
d) maid	____	i) professor	____
e) scientist	____	j) executive	____

Question 2:

In an episode of "The Flintstones," when Fred arrives at home, he finds that Wilma has gone to a "Mastodon Furniture Sale." Fred tells his neighbor, Barney: "This house is already so cluttered...Why did Wilma have to go to that sale?" Barney answers, "Women are like that, Fred. They buy and buy for the sake of buying. Betty went with her, so I am pretty sure we won't be having dinner tonight."

From this episode we can conclude that Wilma, the main female protagonist of the cartoon, is:

Check the correct answers:

1) smart	____	5) irresponsible	____
2) vain	____	6) thrifty	____
3) consumer-oriented	____	7) spendthrift	____
4) responsible	____	8) intelligent	____

ANSWERS

Score 2 points for each correct answer.

Question Number 1

The roles most frequently assigned to women are:

Housewife
Nurse
Maid
Office clerk
Secretary
Professor

Check your answers.

Question Number 2

Wilma Flintstone is presented as:

Vain
Consumer-oriented
Irresponsible
Spendthrift

Check your answers.

If you have a perfect score of 20 points, you are very much aware of the roles and stereotypes assigned to men and women on TV. If you scored 10 points or more, you are aware of some sexist attitudes but you also missed some. If you scored less than 10 points, you are probably not exposed to very much television and therefore have not noticed these situations.

Objective 1: Given a list of possible roles, I will identify the roles traditionally assigned to women on television.

In previous modules, we have seen how society has assigned specific roles to women and how educational tools such as books and toys are used to reinforce these roles. Now we will see how this difference and division is presented on television and how TV creates myths about the differences in roles for men and women.

As Mother's Day approaches, television (and other media) commercials usually sound something like this:

> For Mother's Day, give her everything that will make her happy: a washer, a drier, a sewing machine, a vanity case, a living room set, a refrigerator, and a chance to win this year's sweepstakes: a plastic surgery operation for any part of the body at the famous San Antonio Hospital in Texas. You will be given a coupon to participate when you buy any one of our Mother's Day Specials.

Even though there are police women, a bionic woman and women newscasters, women characters on TV are viewed as objects due to their womanhood. Women are presented as housewives or as people preoccupied with their physical beauty. They are always absent when it comes to roles of authority. In a study of 214 ads on American TV, 96% of the times when a voice of authority recommends a product, it is a male voice. Women can do the basic advertising.

> Female voice: For those hard-to-clean spots, Falax, with supercleaning action...

But it is the man who assures us of the product's value.

> Male voice: Yes, Falax is the best detergent.

This shows that TV is reluctant to present women as having sufficient authority to convince consumers. Women are supposed to be inconsistent and fickle just because they are women. The roles of women are always secondary to the roles of men. Even police women are under the orders of a male captain. There is never a woman governor or factory owner. These are the programs children and adults see every day, and they help perpetuate the myth that there are particular roles established for women. This myth is never questioned. It is simply accepted as fact. Men hold all the active roles involving leadership and responsibility. Women have all the secondary roles involving passiveness and obedience.

Can you recognize the traditional roles assigned to women on TV?

Turn off the tape recorder and do Test Number 1. When you have finished, turn the tape back on.

Test Number 1

Which of the following roles are traditionally assigned to men and women?

Write an "**M**" or a "**W**":

____ Chief of detectives	____ Housewife
____ Mayor	____ Store owner
____ Office clerk	____ Teacher
____ Cosmetics announcer	____ School principal
____ Newscaster	____ Pre-school child attendant

Now listen to the answers to this test on the tape.

Let's see if we agree.

The traditional roles assigned to women are:

Office clerk	Teacher
Cosmetics announcer	School principal
Housewife	Pre-school child attendant

The other roles are commonly assigned to men. Now we will study the stereotypes assigned to women on TV as compared to those assigned to men.

Women are traditionally seen in the role of mother, housewife, secretary, and other secondary roles. Within these roles, what is the woman's behavior like? There are some very generalized stereotypes regarding women's roles in all communications media, especially on TV. We could make a long list but there are three stereotypes that seem to cover all the rest:

"the defenseless and dependent woman,"
"the vain and foolish woman," and
"the spendthrift woman."

We will now study these three stereotypes.

Objective 2: Given certain explanations and examples, I will describe the stereotype of "The Defenseless Woman" as portrayed on television.

Here is the most famous female star of all times:

The Defenseless Woman

"Help, Popeye! Save me!"

"Cheeta, you be smart and stay here. Not like Jane."

"Come on, Steve. We have to get that girl out of the boat before the captain returns. Help me, she has fainted."

Help me! That is a very common exclamation for women characters on TV shows, films and soap operas. What really is a defenseless woman? She is a dependent and fearful woman, unable to solve her own problems. It is the beauty taken by the beast, the girl that pretends to drown in order to meet the handsome lifeguard, the girl that, in return for a compliment, gives Cannon the same information a man would have received $20 for divulging.

The defenseless woman...but defenseless against what? Defenseless against life and men, unable to solve her own problems, and constantly in need of a man to save her – either from financial problems or from bellicose Indians.

The direct consequence of perpetuating this stereotype is that women are not allowed to feel capable of taking care of themselves. Young girls have to run if they see a rat, even if it is women who are in charge of running the house and taking care of the problems that arise in it. Girls have to allow boys to win so that they do not become frustrated, as if it were natural law that boys are better in sports. Women in soap operas have to cry and pray for a good husband as if women were incapable of earning a living and supporting a family. The defenseless, dependent, frightened woman is a false representation of women and is probably the most common stereotype on TV programs.

Are you more aware now of this stereotype and how it is presented on TV? Turn off the tape and do Test Number 2. When you finish turn the tape back on.

Test Number 2

How would you describe the defenseless woman as portrayed on TV?

_____

_____

_____

_____

_____

Now listen to the answer to this test on the tape.

You are correct. The stereotype of the defenseless woman – as presented by the media – is one of a dependent and fearful woman, incapable of solving problems and always seeking help.

Objective 3: Given certain explanations about TV programs and ads, I will list the characteristics that describe the stereotype of "The Consumer Woman" as portrayed on television.

"Oh, Oh, Oh!!! Before you spend your money on that expensive blouse to attract your boyfriend's attention, buy

Squeeze Zit.

Squeeze Zit has those special ingredients that will remove every one of your pimples!

And now we return you to your regular programming: the greatest soap opera of all times: Amanda, the Insatiable.

(Musical interlude)...She had everything. A rich and handsome husband, a beautiful house, wonderful children...but she wanted more and more...the insatiable Amanda wanted...her...brother-in-law!"

The conspicuous, spendthrift woman, as a stereotype, appears in numerous programs and films, and she is also the main target of many commercial ads. The woman as a consumer is the one that buys for the sake of buying, for whom spending money is now a vice, a habit. Many ads are directed to this type of woman because it is assumed that all women are by nature insatiable consumers. What is never mentioned is the fact that although it is true that women do a lot of buying, it is because, traditionally, it has been a woman's job to shop for household needs: food, clothing, medicines, games and toys, etc.

Women buy their children's apparel, their husband's shaving needs, the dog food, etc. Women are then unquestionably the ones that consume the most, and it is to them that most ads are directed.

But one thing is the role of the consumer within the limits of family needs and another is the stereotype of the woman that consumes everything. The woman who is insatiable in her need to purchase, the woman who is ready to abandon her job or home any time there is a sale – this is the stereotype we see in soap operas, cartoons, TV programs and films.

Is it really only women who purchase and go to sales? Many men with hobbies such as photography or music go to all the appropriate sales. But this never appears on TV. The custom is that women are enticed by sales, and thus our children learn (and we adults are assured) that women are, by their very nature, consumers. They buy to acquire goods but also for buying's sake, because it is a source of pleasure to buy. The message seems to be: "If you are bored and tired of being at home taking care of the children, go out and buy something." It is probable that going shopping is distracting for many women, but it is a mistake to believe that women feel better when they shop and purchase things.

Is it true that a woman who is worried by a serious problem will feel better if she buys herself a new pair of shoes? This is the stereotype that is presented either implicitly or

explicitly on many TV programs. It is so common that sometimes we do not even notice it is there. We just laugh at the actress that burns the dinner because she had to go to a sale.

Are you able to define the stereotype of the conspicuous consumer, spendthrift woman as presented on a daily basis on TV? Turn off the tape and do Test Number 3. Afterwards, turn the tape back on.

Test Number 3

Describe the characteristics of the consumer woman as portrayed on TV:

_____

_____

_____

_____

_____

Now listen to the answers to this test on the tape.

If you described a consumer woman, one who buys and buys endlessly, or a woman who buys out of habit, to accumulate things, or a woman who fills her life with material goods, you understand quite well the stereotype we have studied.

Objective 4: I will describe the "vain and foolish woman" as stereotyped on television.

"Girls are beautiful. Girls shine like stars...
For the girl still inside you, use Baby Sue Shampoo daily.
It will leave your hair soft and shining like when you were
a little girl."

The woman that, at forty, pretends to be a little girl is just a "naughty girl." The woman whose vanity makes her spend excessively on creams and perfumes, the one that bats her eyelashes while feigning an accent to sound chic, is the stereotype of the vain and foolish woman. There are women like that but the media gives exaggerated attention to that type of woman. It makes TV viewers who don't have soft and lustrous hair or long feline nails feel inferior and abnormal. The newscasts and programs often treat as news the doings of vain and foolish women. For example:

If Elizabeth Taylor arrives at Kennedy Airport with her seventh husband and a new engagement ring, she will make the evening news. If that same day, a Colombian scientist discovers a new vaccine, the same news show will probably just mention the fact without much comment or films. Why? Because the woman scientist that works for humanity's well-being doesn't meet our expectations for a woman unless she also happens to look like Brigitte Bardot. She may be a great person but she doesn't sell, doesn't make the news show more interesting. This attitude is proper of a male dominated and very prejudiced society. Boys and girls are taught that women should be noted for their physical attractiveness and for their vanity. Being a flirt is being a woman. That is the stereotype. Sometimes a pretty woman is stereotyped as foolish and the male character is surprised if she thinks at all.

"Hands up, Sargeant."
"Oh, it's you Miss Miller. I never imagined such a pretty woman would know how to shoot."
"I know how to shoot Sargeant, and I can also crack a safe. Move aside."
"Smart and beautiful! What a dangerous combination."

Dangerous, yes. Because it doesn't conform to the stereotype. Women have to be pretty but at the same time they have to be foolish, artificial, vain and superficial. It is as if a woman, just because she is a woman, and especially if she is pretty, cannot be decisive, competent, and strong minded. The TV news editors and screenwriters are all in favor of foolish and pretty women.

Can you now name some of the characteristics of the stereotyped vain woman?

Test Number 4

Describe some of the characteristics of the "vain and foolish woman" as presented on TV:

_____

_____

_____

_____

_____

Now listen to the answers to this test on the tape.

Foolish, superficial, banal, artificial, frivolous. All these are adjectives that characterize the stereotype of vain women.

We have presented three stereotypes of women as portrayed on television. Now we will analyze a situation that affects all women directly: the media's (especially TV) use of women as sex symbols.

Objective 5: Given a series of TV programs and ads, I will identify the ones which portray women as sex objects.

"Gee! What a body!"
"It really is something!"
"Does it fit in your garage?"
"Of course it fits!"

We are going to analyze the constant allusion to women as sexual objects. This attitude by TV screenwriters and ad writers shows a lack of respect for women. It makes women look cheap and encourages men to be aggressive and disrespectful to women. When a woman is seen only as a sex object she is being dehumanized. She is considered as an object and not as a person having the same rights and aspirations as men.

What is surprising is not merely the frequency with which women are presented as sex objects but also the lack of a critical attitude within the media regarding this type of stereotype. A clear example is given in an episode of Cannon: Cannon, looking for information, visits the house of a Mafia boss. The man is rich and owns a big house with a pool. Around the pool there are 10 girls, drinking and clad only in bikinis.

Cannon asks: "Are they part of the decor?"
The Mafia boss answers: "No, the mood. I have an important business meeting today."

Women in bikinis are something to be consumed by businessmen, like liquor or food. Even if this does occur in our society, it is sad that TV presents it as natural and normal phenomena, instead of commenting on and protesting it.

Cannon is supposed to represent law and order, the incorruptible private detective who stands for the positive values of our society. In this episode his main preoccupation is to obtain information. What importance are the ten girls? We should ask ourselves: What if, instead of having ten girls in bikinis, there had been ten boys around the pool as entertainment for the business meeting? Would Cannon treat the incident so lightly? Or would he be indignant about the situation? But this situation, of course, is never shown. Women as sex symbols are accepted as natural. This will stay because it helps to sell products and flatters the male ego. It reduces women to the role of an object for male sexual pleasure. It is the most abusive portrayal of women on TV and probably the least questioned.

Here is a test to determine which situations show women as sex objects. When you are finished, turn the tape recorder back on.

Test Number 5

Which of the following situations portray women as sex objects?

_____ A. The picture of a naked woman's back as background for an ad selling men's swimwear.

_____ B. An ad for a car, with a beautiful mini-skirted model in the car's trunk.

_____ C. The leading actor is shown seated in a luxurious living room. A beautiful girl wearing a dress with a plunging neckline sits at his feet. The actor says to a friend, "As you can see, I have everything."

_____ D. Two rival cowboys challenge each other. One of them thinks: "Maria will be mine. I will kidnap her, take her away and then give her back. Then we will see if he still wants her."

_____ E. A toothpaste ad shows a smiling, scantily-clad lady wrapped in a towel. She says, "Use Bubate Toothpaste, because you never know when you are going to be up close."

Now listen to the answers to this test on the tape.

The answer to test 5 is **all of them.** All of the situations present women as sex objects.

Now you will do a Post-Test to analyze if you are aware of women's assigned roles and stereotypes on TV. Answer the questions in the Post-Test, then turn the tape back on.

POST-TEST

Question 1

Write True or False next to the following statements about male and female roles on TV:

_____ A. Traditionally, women are shown in roles related to the home and its care.

_____ B. In many TV situations and ads, women are shown in authority and leadership roles such as town mayor or factory owner.

_____ C. As compared to women's roles, most of the males on TV have roles of authority and leadership.

Question 2

Write True or False next to the following statements on the stereotype of "the defenseless woman":

_____ A. The defenseless woman is unable to cope by herself. She is always seeking male help, and is always fearful and dependent.

_____ B. The defenseless woman can cope with difficult situations by herself and tries to solve her own problems.

Question 3

Check the statements that describe the stereotype of "the consumer-oriented woman":

_____ A. buys for the sake of buying

_____ B. doesn't miss a single sale

_____ C. has an emotional need to own things

_____ D. abandons her work and chores to go shopping

Question 4

Which of the following adjectives describe the stereotype of "the vain woman"? Mark the correct answers with an **X.**

_____ A. banal

_____ B. foolish

_____ C. intelligent

_____ D. superficial

_____ E. candid

_____ F. artificial

_____ G. calm

_____ H. frivolous

Question 5

Does the following situation show the woman as a sex object?

Answer yes or no.

A TV beer commercial shows a girl in a bikini being watched by a group of fully-clothed men drinking beer. As she walks by, they sing "It's good, good, good."

Yes _____ No _____

Now listen to the answers to this test on the tape.

ANSWERS

In **Question Number 1**, statements A and C are true. Statement B is false since traditionally women are not portrayed in roles of authority and leadership.

In **Question Number 2**, statement A is true since the defenseless woman is characterized by being unable to cope on her own and is constantly searching for a man to solve her problems.

In **Question Number 3**, the four situations presented describe the stereotype: "the consumer woman."

In **Question Number 4**, the adjectives that describe the stereotype of the vain woman are: banal, foolish, superficial and frivolous.

In **Question Number 5**, the ad presented shows the woman as a sex object because of the way she is dressed, or rather undressed, and the song that the men sing.

As you have seen, women have a long way to go before they are justly and accurately portrayed in the media. Since we are all exposed to the media, and since our children are growing up under its influence, it is important that we use that same media, those same situations, to develop a critical mentality.

If a student mentions that last night he saw a TV show in which some children helped the police capture a convict, but that the entire thing was almost ruined when a girl started to cry, you would:

1. Ask him if he would have participated in the capture.

2. Ask him if the girls he knows (sisters, friends) are as nervous and frightened as the girl in the program.

If a group of small children wants to talk about the film King Kong, and of how the ape kidnapped the girl, you can use the opportunity to create a new adventure with the roles reversed:

> "Once upon a time there was a big female ape called Kinga Konga. One day she fell in love with this boy..."

Let the children decide how they are going to save their friend.

Humor helps develop a critical awareness, especially in children. It enables them to fight stereotypes that they will encounter every day.